

VENDITE A DISTANZA: DAL 13 GIUGNO AUMENTANO LE TUTELE PER GLI UTENTI

Entra in vigore il 13 giugno 2014 il Decreto legislativo n. 21 del 21.02.2014, con il quale l'Italia dà attuazione alla Direttiva 2011/83/UE del Parlamento europeo e del Consiglio del 25.11.2011 sui diritti dei consumatori. Dall'attuazione della nuova normativa derivano nuovi diritti per i consumatori e nuovi oneri per gli operatori del settore, che è opportuno conoscere.

VENDITE A DISTANZA, VENDITE FUORI DEI LOCALI COMMERCIALI E DIRITTI DEI CONSUMATORI

Quanto alla vendita di beni di consumo, occorre distinguere il caso "tradizionale" di tizio che entra in un negozio, acquista ad esempio uno smartphone o un tablet e se lo porta a casa, dal caso in cui lo smartphone o il tablet avvenga acquistato "on-line" sul sito Internet di qualche produttore/distributore o sul catalogo reso disponibile in qualche ufficio postale, presso cui si ritira anche il prodotto: l'acquisto "on-line" rientra nella categoria dei "Contratti a Distanza", conclusi oggi, soprattutto, attraverso Internet ma anche Tv e, qualche volta, a mezzo telefono o fax; l'acquisto

tramite catalogo postale tra i "Contratti negoziati fuori dei locali commerciali", quali la vendita a domicilio, tramite corrispondenza, in area pubblica, durante escursioni programmate.

Nel caso di vendite a distanza, siano queste a mezzo web o fuori dei locali commerciali, i consumatori si trovano in una posizione particolarmente vulnerabile sia perché spesso non conoscono preventivamente il fornitore, sia perché non hanno la possibilità di "toccare con mano" il prodotto, ossia di visionarlo direttamente e testarlo prima dell'acquisto, sia perché non hanno un punto di riferimento fisico a cui fare riferimento per eventuali reclami e per l'assistenza e sia, infine, perché l'acquisto a mezzo "click" o con la suggestione di una presentazione televisiva o telefonica, potrebbe non essere stato sempre opportunamente ponderato, con la conseguenza che l'acquirente, ancorché abbia comprato un prodotto che non ha difetto alcuno, si può successivamente accorgere di non averne realmente bisogno o di avere bisogno di un prodotto con caratteristiche diverse. Da qui una peculiare normativa a tutela dei

consumatori, elaborata sia a livello UE (Direttive 85/577/CE sulla tutela dei consumatori nei contratti negoziati fuori dei locali commerciali; Direttiva 97/7/CE sulla protezione dei consumatori nei contratti a distanza; Direttiva 2000/31/CE "relativa ad alcuni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informazione, in particolare il commercio elettronico, nel mercato interno") che a livello nazionale (artt. da 45 a 67 del Codice del Consumo; Dlgs. 9.04.2003 n. 70 sul commercio elettronico), normativa che riconosce in questi casi al consumatore almeno quattro tipi di diritti nei confronti del fornitore: (i) il diritto una informativa preventiva, particolarmente pregnante ed articolata sul fornitore, sul prodotto o servizio che si intende acquistare e sulle facoltà che gli sono riconosciute; (ii) il diritto ad una consegna del prodotto o ad un'esecuzione dei servizi acquistati secondo determinate modalità e tempi; (iii) alcuni diritti spettanti per legge e non derogabili, ivi compresi alcuni requisiti formali del contratto di fornitura di beni o servizi; (iv) il diritto a recedere senza necessità di fornire alcun motivo, purché nel rispetto di determinati termini e condizioni.



MAURIZIO IORIO

Dalla partnership tra Marketplace e ANDEC prende vita questa rubrica, curata dall'Avvocato Maurizio Iorio, nel suo duplice ruolo di Avvocato Professionista in Milano e di Presidente di ANDEC. Su ogni numero affronteremo tematiche legali con particolare attenzione al mondo dell'elettronica. Ulteriori approfondimenti sul sito: www.ande.it. Mentre sulla Web page di Maurizio Iorio (www.avvocatoiorio.it) è disponibile la rubrica tradotta anche in inglese e francese.

NEL CASO DI ACQUISTI A MEZZO WEB, C'È UNA DISCIPLINA ORGANICA SUL COMMERCIO ELETTRONICO?

La risposta a questa domanda è certamente no. Infatti, la normativa sull'e-commerce è, per così dire, "sparsa" in almeno tre testi legislativi: (1) il Codice del Consumo, agli articoli 50/67; (2) il Dlgs. 9.04.2003 n. 70 sul commercio elettronico, emanato in attuazione della Direttiva 200/31/CE "relativa ad alcuni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informazione, in particolare il commercio elettronico, nel mercato interno" (che si applica sia alle transazioni B2B che a quelle B2C ed è, a tal fine, espressamente richiamato dall'art. 68 del Codice del Consumo); (3) alcuni articoli (5-10-18) del Decreto Legislativo 31 marzo 1998, n. 114 ("decreto Bersani") sulla "Riforma della disciplina relativa al settore del commercio".

SEMPRE IN MATERIA DI COMMERCIO ELETTRONICO, LA DISCIPLINA NORMATIVA È ARMONIZZATA A LIVELLO INTERNAZIONALE?

La risposta è, un po' paradossalmente, ancora no: il Codice del Consumo si applica solo in Italia e, quanto al citato Dlgs. 9.04.2003 n. 70 sul commercio elettronico, da una parte sono esclusi dal campo di applicazione i soggetti residenti in paesi allocati al di fuori dell'UE (art. 1.2.) e dall'altra esistono non pochi lacci

e laccioli quanto alla possibilità di prendere provvedimenti nei confronti di quelli residenti al di fuori dell'Italia ma nella UE, posto che è fatta salva la "...libera circolazione dei servizi della società dell'informazione provenienti da un prestatore stabilito in un altro stato membro..." (art. 3.2.), con tuttavia alcuni limiti in materia di tutela dell'ordine pubblico, della salute pubblica, della pubblica sicurezza, della tutela di consumatori/investitori ecc. (art. 5.1.): in tutti questi casi l'autorità italiana deve (i) chiedere provvedimenti allo Stato membro di residenza dell'operatore, (ii) notificare la situazione alla Commissione europea, (iii) e quindi, se necessario, adottare gli opportuni provvedimenti (che sono subito adottabili, in caso di urgenza) ovviamente quanto alla sola parte di attività pertinente l'e-commerce che avviene in Italia (art. 5.3 e art. 6).

DIRETTIVA 2011/83/UE E D. LGS 21/2014 DI ATTUAZIONE

In questo contesto normativo, entra in vigore il 13 giugno 2014 (data non ancora trascorsa al momento in cui viene redatto questo articolo) il Decreto legislativo n. 21 del 21.02.2014, con il quale l'Italia dà attuazione alla Direttiva 2011/83/UE del Parlamento europeo e del Consiglio del 25.11.2011 sui diritti dei consumatori. Lo scopo della normativa, che è frutto di un dibattito europeo decennale (la direttiva ha iniziato il suo iter di discussione nel

“Lo scopo della normativa è quello di armonizzare maggiormente i diritti dei consumatori all'interno della UE”.

lontano 2004) è quello di: (i) armonizzare maggiormente i diritti dei consumatori "nella UE nel caso di vendite a distanza e fuori dei locali commerciali, di (ii) intensificare i diritti riconosciuti in tali casi ai consumatori e di (iii) risolvere i possibili conflitti tra le autorità di sorveglianza che, nei vari Stati Membri, sono preposte alla sorveglianza del mercato e alla corretto rispetto dei diritti dei consumatori: la realizzazione di tale scopo - che nel caso dell'Italia si traduce nel riconoscimento di una competenza decisionale esclusiva dell'AGCM, ossia dell'autorità antitrust italiana, fatte salve le competenze investigative e consultive di singole autorità di settore nonché il possibile ricorso a procedure conciliative ed al giudice ordinario, rappresenta per taluni la principale innovazione realizzata dal citato D. Lgs 21/2014. Giova ricordare, in proposito, che pendeva un procedimento di infrazione comunitaria promosso dalla Commissione UE proprio in relazione al sovrapporsi delle competenze di più autorità nazionali di settore nell'opera di sorveglianza ed attuazione dei diritti dei consumatori in tali tipologie di contratti¹.

QUALI SONO I CONTRATTI A CUI SI RIFERISCE LA NUOVA NORMATIVA?

Sono compresi tutti i contratti di vendita di beni e servizi a distanza o fuori dei locali commerciali, incluse le forniture di acqua, gas, elettricità o teleriscaldamento anche da parte di "prestatori" pubblici; sono tuttavia esclusi i contratti che hanno per oggetto la fornitura di servizi sociali (ad esempio assistenza di badanti ad anziani), assistenza sanitaria, servizi finanziari, attività di azzardo (si pensi ad esempio al "poker online"), beni immobili e diritti immobiliari, viaggi, vacanze e circuiti "tutto compreso", alimenti di consumo commercializzati da ambulanti con giri frequenti presso il domicilio degli acquirenti, vendite tramite distributori automatici, vendite tramite operatori delle telecomunicazioni. Sono inoltre escluse le vendite fuori dei locali commerciali per un corrispettivo non superiore a Euro 50 (salva la somma dell'importo dei corrispettivi di più contratti stipulati contestualmente).

QUAL È IN ESTREMA SINTESI IL CONTENUTO DEL D. LGS 21/2014?

Prima di esaminare più

“Le informazioni e il contratto devono essere redatti con linguaggio semplice e comprensibile”.

in dettaglio e con esempi pratici i principali contenuti e le innovazioni della normativa in esame, può essere utile al lettore avere da subito un quadro d'insieme, che si può riassumere come segue:

(i) Informativa preventiva alla vendita: viene confermata e “irrobustita” la vigente disciplina prevista in merito alle informazioni che devono essere fornite al consumatore in via preventiva, prima del perfezionamento della transazione.

(ii) Requisiti formali dei contratti a distanza e fuori dei locali commerciali: vengono ribaditi i requisiti attuali e vengono stabiliti nuovi requisiti formali (che si traducono in garanzie sostanziali) per tutelare i consumatori.

(iii) Diritto di recesso: viene stabilito un diritto di recesso “europeo” di 14 giorni (estensibile a seconda dei casi), con l'adozione di un modulo standard di recesso e di correlative istruzioni (entrambi allegati al D. Lgs. 21/2014) che devono essere resi disponibili all'acquirente. Ricordo che ai sensi della normativa italiana previgente il diritto di recesso doveva esercitarsi entro 10 giorni o 90 giorni, a seconda dei casi.

(iv) Diritti inderogabili riconosciuti ai consumatori:

sono riconosciuti specifici diritti non derogabili, quali ad esempio quello di rimborso delle spese di consegna in caso di recesso; il divieto di caselle preselezionate - in sede di acquisto - sui siti web; il divieto di addebito di costi accessori mai pattuiti o comunque ingiustificati.

(v) Competenza dell'Antitrust: come già accennato, viene riconosciuta all'AGCM (Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato) una competenza decisionale esclusiva in materia, ferma la possibilità di ricorso all'Autorità Giudiziaria per la tutela dei singoli diritti e l'applicabilità delle procedure di conciliazione già esistenti.

PRIMO ELEMENTO: INFORMATIVA PREVENTIVA ALLA VENDITA

Vediamo ora in modo un po' più particolareggiato questi 5 elementi, cominciando dal primo, ossia dalle informazioni. È stabilito un lungo ed articolato elenco di informazioni, alcune già previste dalla normativa previgente ed altre nuove, che devono essere necessariamente fornite al consumatore; vale la pena di ricordarne in questa sede almeno alcune: l'indirizzo geografico ed

agli estremi completi del venditore; il “prezzo totale dei beni comprensivo delle imposte e... tutte le spese aggiuntive di spedizione, consegna, e ogni altro costo”: è pertanto garantita una maggiore trasparenza nell'indicazione dei prezzi e sono vietati quelli nascosti; esattamente il contrario - o quasi - di quanto avviene, ad esempio, negli USA, dove i prezzi indicati al momento della vendita (sia questa contestuale o a distanza) sono riportati quasi sempre netto delle tasse e degli altri oneri accessori; “il costo dell'utilizzo del mezzo di comunicazione a distanza” ossia quello, ad esempio, telefonico, se lo stesso non è quello ordinario; il diritto di recesso e le modalità per attuarlo; l'indicazione di chi sopporta le spese di restituzione dei prodotti nel caso di recesso; “un promemoria dell'esistenza della garanzia legale di conformità dei beni”² e, se applicabile “...l'esistenza e le condizioni dell'assistenza tecnica”; “la funzionalità del contenuto digitale, comprese le misure applicabili di protezione tecnica”: se, ad esempio, un Cd acquistato contenente un corso di Spagnolo non “gira” su un pc dotato di sistema Windows a 64 bit, ciò deve essere specificamente indicato in via preventiva; ancora: se un consumatore acquista un Cd musicale ma non può farsene una copia privata da ascoltare in auto perché ci sono protezioni che impediscono la copia, il “professionista dovrà necessariamente informarlo prima della vendita”. Da ricordare inoltre che tutte “le

comunicazioni e i documenti relativi ai contratti negoziati al di fuori dei locali commerciali e ai contratti a distanza... devono contenere un riferimento...” al capo I del Codice del Consumo, che ha recepito, appunto, le innovazioni introdotte dal Decreto Legislativo 24/2014 in esame.

SECONDO ELEMENTO: REQUISITI FORMALI DEI CONTRATTI A DISTANZA

L'art. 50 del D.lgs.

21/2014 stabilisce che le informazioni precontrattuali e il contratto devono essere redatti con linguaggio semplice e comprensibile; inoltre, nel caso di contratti conclusi telefonicamente, il “professionista” che fa una proposta contrattuale deve indicare chiaramente la sua identità e quella del soggetto per cui sta telefonando, nonché lo scopo commerciale della chiamata (art. 51 n. 5); sempre nel caso di contratti “telefonici” inoltre, il contratto sarà concluso solo dopo (i) la sottoscrizione (anche con firma elettronica) del consumatore (art. 51 n. 6) e quindi (II) la successiva conferma “su un mezzo durevole” da parte del professionista entro un certo periodo di tempo “ragionevole” indicato dalla legge e con certe modalità analiticamente previste (art. 51 n. 7); in tutti i contratti - non solo in quelli conclusi telefonicamente - il professionista deve garantire che, “...al momento di inoltrare l'ordine, il consumatore riconosca espressamente che l'ordine implica l'obbligo

“Il diritto di recesso è stato esteso alle aste on-line, è inoltre vietato l’addebito al consumatore di costi accessori ulteriori a quelli sopportati”.

di pagare” (art. 51 n. 2); il consumatore che desideri godere da subito - durante i 14 gg previsti per il recesso - dell'erogazione dei servizi di un'utenza di acqua, gas, elettricità o teleriscaldamento, deve specificarlo espressamente, per iscritto e “su un supporto durevole” (art. 51 n. 8).

**TERZO ELEMENTO:
DIRITTO DI RECESSO
NEI CONTRATTI A
DISTANZA**

È riconosciuto (ma questa non è di per sé una novità) un diritto di recesso al consumatore, senza necessità che questi fornisca alcuna motivazione. Il diritto di recesso è esteso alle aste on line (come ad esempio e-bay), il che costituisce invece una novità. Il diritto può essere esercitato con dichiarazione esplicita oppure utilizzando un apposito modulo - stabilito in modo uniforme per tutta la UE, riportato in allegato sia alla direttiva 2011/83/UE che ovviamente al D. Lgs 21/2014, da consegnarsi al consumatore da parte del fornitore al momento della conclusione della transazione. Il recesso va esercitato entro 14 giorni decorrenti dalla consegna fisica del prodotto o, nel caso di servizi, dalla data di stipulazione del contratto purché preceduto da parte

del fornitore (sia nel caso di acquisto di prodotto che di servizio) dalla preventiva informativa di cui ha diritto il consumatore, che abbiamo già sopra esaminato; nel caso in cui tale informativa manchi o arrivi in ritardo, il termine per il recesso si allunga, ricorrendone le condizioni, di ulteriori 12 mesi. In caso di recesso, il consumatore sopporta (1) il costo diretto della restituzione dei beni, (2) il pagamento di un importo proporzionale all'uso della cosa o al godimento del servizio fino al momento della comunicazione legittima di recesso ed infine, eventualmente, (3) un indennizzo per la diminuzione di valore della cosa restituita, se imputabile a manipolazione da lui eseguita sulla cosa stessa per finalità diversa dalle mere verifiche di funzionalità. Il professionista “rimborsa tutti i pagamenti ricevuti del consumatore ...entro quattordici giorni dal giorno in cui è informato della decisione del consumatore” (art. 56 n. 1).

**DIRITTI INDEROGABILI
RICONOSCIUTI AI
CONSUMATORI NEI
CONTRATTI A DISTANZA**

Vale la pena di ricordare, tra i tanti, i seguenti diritti: sono ora vietate le caselle preselezionate sul web


(ad esempio, quando sui prenota un viaggio, quelle che comportano l'automatica stipulazione di una polizza assicurativa contro gli infortuni, salvo eliminazione della preselezione); è vietato l'addebito al consumatore di costi accessori ulteriori rispetto a quelli effettivamente sopportati dal fornitore: ciò vale sia nel caso di uso di carte di credito (art. 62), sia nel caso in cui il “professionista” metta a disposizione una linea telefonica per essere contattato dagli acquirenti (art. 64); e comunque, anche i costi supplementari lecitamente addebitabili possono essere addebitati al consumatore solo previo suo espresso consenso (art. 65).

**COMPETENZA
DELL' ANTITRUST
A DISCAPITO
DELLE CAMERE DI
COMMERCIO**

Conviene sottolineare nuovamente, come già sopra accennato, un'altra importante innovazione: mentre restano in vita le procedure di mediazione tra consumatore e “Professionista” (sia quelle tradizionali che quelle, anch'esse “standard” più recenti, sulle quali non è possibile in questa sede dilungarsi) e mentre resta sempre possibile il ricorso all'autorità giudiziaria per

la tutela di specifici diritti attribuiti ai singoli dalla legge, è ora all'Autorità Garante per la Concorrenza ed il Mercato, anziché alle singole camere di commercio territorialmente competenti, che è attribuito l'incarico di vigilare e di garantire anche in via preventiva il rispetto del complesso dei diritti esaminati riconosciuti ai consumatori: infatti, l'AGCM “...d'ufficio o su istanza di ogni soggetto o organizzazione che ne abbia interesse, accerta le violazioni delle norme... ne inibisce la continuazione e ne elimina gli effetti “ (art. 66).

1 - Commissione UE - seduta del 17/10/2013 - Messe in mora ex art. 258 TFUE: 2013/2169 - Tutela dei consumatori - Violazione della direttiva 2005/29/CE relativa alle pratiche commerciali sleali tra imprese e consumatori.

2 - Richiamo in proposito l'attenzione del lettore sul mio articolo “Regole e orientamenti dell'Antitrust in materia di garanzia”, che tratta anche questo specifico aspetto, pubblicato sul numero di febbraio 2014 di questa rivista, e scaricabile al seguente indirizzo: <http://bit.ly/1pCrBF0> 

**Dal 13 giugno 2014 importanti novità normative nel campo dei diritti dei consumatori
nelle delle vendite a distanza**

Vendite a distanza : entra in vigore il 13 giugno 2014 il Decreto legislativo n. 21 del 21.02.2014 , con il quale l' Italia dà attuazione alla Direttiva 2011/83/UE del Parlamento europeo e del Consiglio del 25.11.2011 sui diritti dei consumatori . Dall' attuazione della nuova normativa derivano nuovi diritti per i consumatori e nuovi oneri per gli operatori del settore , che é opportuno conoscere .

Avv. Maurizio Iorio

Vendite a distanza , vendite fuori dei locali commerciali e diritti dei consumatori

Quanto alla vendita di beni di consumo , occorre distinguere il caso " tradizionale " di tizio che entra in un negozio , acquista ad esempio uno smartphone o un tablet e se lo porta a casa , dal caso in cui lo smartphone o il tablet avvenga acquistato " *on line* " sul sito internet di qualche produttore / distributore o sul catalogo reso disponibile in qualche ufficio postale , presso cui si ritira anche il prodotto : l' acquisto " on line " rientra nella categoria dei " **Contratti a Distanza** " , conclusi oggi , soprattutto , attraverso Internet ma anche TV e , qualche volta , a mezzo telefono o fax ; l' acquisto tramite catalogo postale tra i " **Contratti negoziati fuori dei locali commerciali** " , quali la vendita a domicilio , tramite corrispondenza , in area pubblica , durante escursioni programmate .

Nel caso di vendite a distanza , siano queste a mezzo web o fuori dei locali commerciali , i consumatori si trovano in una posizione particolarmente vulnerabile sia perché spesso non conoscono preventivamente il fornitore , sia perché non hanno la possibilità di " toccare con mano " il prodotto , ossia di visionarlo direttamente e testarlo prima dell' acquisto , sia perché non hanno un punto di riferimento fisico a cui fare riferimento per eventuali reclami e per l' assistenza e sia , infine , perché l' acquisto a mezzo " click " o con la suggestione di una presentazione televisiva o telefonica , potrebbe non essere stato sempre opportunamente ponderato , con la conseguenza che l' acquirente , ancorché abbia comprato un prodotto che non ha difetto alcuno , si può successivamente accorgere di non averne realmente bisogno o di avere bisogno di un prodotto con caratteristiche diverse .

Da qui una peculiare normativa a tutela dei consumatori , elaborata sia a livello UE (Direttive

85/577/CE sulla tutela dei consumatori nei contratti negoziati fuori dei locali commerciali ; Direttiva 97/7/CE sulla protezione dei consumatori nei contratti a distanza ; Direttiva 2000/31/CE “ *relativa ad alcuni aspetti giuridici dei servizi della società dell' informazione , in particolare il commercio elettronico , nel mercato interno* ”) che a livello nazionale (artt. da 45 a 67 del Codice del Consumo ; Dlgs. 9.04.2003 n. 70 sul commercio elettronico) , normativa che riconosce in questi casi al consumatore almeno quattro tipi di diritti nei confronti del fornitore : (i) il diritto una informativa preventiva , particolarmente pregnante ed articolata sul fornitore , sul prodotto o servizio che si intende acquistare e sulle facoltà che gli sono riconosciute ; (ii) il diritto ad una consegna del prodotto o ad un' esecuzione dei servizi acquistati secondo determinate modalità e tempi ; (iii) alcuni diritti spettanti per legge e non derogabili , ivi compresi alcuni requisiti formali del contratto di fornitura di beni o servizi ; (iv) il diritto a recedere dal contratto senza necessità di fornire alcun motivo specifico , purché nel rispetto di determinati termini e condizioni .

Nel caso di acquisti a mezzo web , c ' é una disciplina organica sul commercio elettronico ?

La risposta a questa domanda è certamente no . Infatti , la normativa sull' e-commerce è , per così dire , “ *sparsa* ” in almeno tre testi legislativi : (1) il Codice del Consumo , agli articoli 50/67 ; (2) il Dlgs. 9.04.2003 n. 70 sul commercio elettronico , emanato in attuazione della Direttiva 200/31/CE “ *relativa ad alcuni aspetti giuridici dei servizi della società dell' informazione , in particolare il commercio elettronico , nel mercato interno* ” (che si applica sia alle transazioni B2B che a quelle B2C ed è , a tal fine , espressamente richiamato dall' art. 68 del Codice del Consumo) ; (3) alcuni articoli (5-10-18) del Decreto Legislativo 31 marzo 1998, n. 114 (“ *decreto Bersani* ”) sulla “ *Riforma della disciplina relativa al settore del commercio* ” .

Sempre in materia di commercio elettronico , la disciplina normativa é armonizzata a livello internazionale ?

La risposta è , un po' paradossalmente , ancora no : il Codice del Consumo si applica solo in Italia e , quanto al citato Dlgs. 9.04.2003 n. 70 sul commercio elettronico , da una parte sono esclusi dal campo di applicazione i soggetti residenti in paesi allocati al di fuori dell'a UE (art. 1.2.) e dall' altra esistono non pochi *lacci e laccioli* quanto alla possibilità di prendere provvedimenti nei confronti di quelli residenti al di fuori dell' Italia ma nella UE , posto che é fatta salva la “ *... libera circolazione dei servizi della società dell' informazione provenienti da*

un prestatore stabilito in un altro stato membro ... “ (art. 3.2.) , con tuttavia alcuni limiti in materia di tutela dell' ordine pubblico , della salute pubblica , della pubblica sicurezza , della tutela di consumatori / investitori ecc. (art. 5.1.) : in tutti questi casi l' autorità italiana deve (i) chiedere provvedimenti allo Stato membro di residenza dell' operatore , (ii) notificare la situazione alla Commissione europea , (iii) e quindi , se necessario , adottare gli opportuni provvedimenti (che sono subito adottabili , in caso di urgenza) ovviamente quanto alla sola parte di attività pertinente l' e-commerce che avviene in Italia (art. 5.3 e art .6).

Direttiva 2011/83/UE e D. Lgs 21/2014 di attuazione

In questo contesto normativo , entra in vigore il **13 giugno 2014** (data non ancora trascorsa al momento in cui viene redatto questo articolo) il **Decreto legislativo n. 21 del 21.02.2014** , con il quale l' Italia dà attuazione alla **Direttiva 2011/83/UE del Parlamento europeo e del Consiglio del 25.11.2011 sui diritti dei consumatori** . Lo scopo della normativa , che é frutto di un dibattito europeo decennale (la direttiva ha iniziato il suo iter di discussione nel lontano 2004) é quello di : (i) armonizzare maggiormente i diritti dei consumatori nella UE nel caso di vendite a distanza e fuori dei locali commerciali , di (ii) intensificare i diritti riconosciuti in tali casi ai consumatori e di (iii) risolvere i possibili conflitti tra le autorità di sorveglianza che , nei vari Stati Membri , sono preposte alla sorveglianza del mercato e alla corretto rispetto dei diritti dei consumatori : la realizzazione di tale scopo - che nel caso dell' Italia si traduce nel riconoscimento di una competenza decisionale esclusiva dell' AGCM , ossia dell' autorità antitrust italiana - fatte salve le competenze investigative e consultive di singole autorità di settore nonché il possibile ricorso a procedure conciliative ed al giudice ordinario - **rappresenta per taluni la principale innovazione realizzata dal citato D. Lgs 21/2014** . Giova ricordare , in proposito , che pendeva un procedimento di infrazione comunitaria promosso dalla Commissione UE proprio in relazione al sovrapporsi delle competenze di più autorità nazionali di settore nell' opera di sorveglianza ed attuazione dei diritti dei consumatori in tali tipologie di contratti ¹ .

Quali sono i contratti a cui si riferisce la nuova normativa ?

Sono compresi tutti i contratti di vendita di beni e servizi a distanza o fuori dei locali commerciali , incluse le forniture di acqua , gas , elettricità o teleriscaldamento anche da parte

¹ Commissione UE - seduta del 17/10/2013 - Messe in mora ex art. 258 TFUE : 2013/2169 - Tutela dei consumatori - Violazione della direttiva 2005/29/CE relativa alle pratiche commerciali sleali tra imprese e consumatori.

di " prestatori " pubblici ; **sono tuttavia esclusi** i contratti che hanno per oggetto la fornitura di servizi sociali (ad esempio assistenza di badanti ad anziani) , assistenza sanitaria , servizi finanziari , attività di azzardo (si pensi ad esempio al " *poker on line* ") , beni immobili e diritti immobiliari , viaggi , vacanze e circuiti " tutto compreso " , alimenti di consumo commercializzati da ambulanti con giri frequenti presso il domicilio degli acquirenti , vendite tramite distributori automatici , vendite tramite operatori delle telecomunicazioni . Sono inoltre escluse le vendite fuori dei locali commerciali per un corrispettivo non superiore a Euro 50 (salva la somma dell' importo dei corrispettivi di più contratti stipulati contestualmente) ,

Qual' è in estrema sintesi il contenuto del D. Lgs 21/2014 ?

Prima di esaminare più in dettaglio e con esempi pratici i principali contenuti e le innovazioni della normativa in esame , può essere utile al lettore avere da subito un quadro d' insieme , che si può riassumere come segue :

(i) **Informativa preventiva alla vendita** : Viene confermata e " irrobustita " la vigente disciplina prevista in merito alle informazioni che devono essere fornite al consumatore in via preventiva , prima del perfezionamento della transazione .

(ii) **Requisiti formali dei contratti a distanza** e fuori dei locali commerciali : vengono ribaditi i requisiti attuali e vengono stabiliti nuovi requisiti formali (che si traducono in garanzie sostanziali) per tutelare i consumatori .

(iii) **Diritto di recesso** : viene stabilito un diritto di recesso " europeo " di 14 giorni (estensibile a seconda dei casi) , con l' adozione di un modulo standard di recesso e di correlative istruzioni (entrambi allegati al D. Lgs. 21/2014) che devono essere resi disponibili all' acquirente . Ricordo che ai sensi della normativa italiana previgente il diritto di recesso doveva esercitarsi entro 10 giorni o 90 giorni , a seconda dei casi .

(iv) **Diritti inderogabili** riconosciuti ai consumatori : sono riconosciuti specifici diritti non derogabili , quali ad esempio quello di rimborso delle spese di consegna in caso di recesso ; il divieto di caselle preselezionate - in sede di acquisto - sui siti web ; il divieto di addebito di costi accessori mai pattuiti o comunque ingiustificati .

(v) **Competenza dell' Antitrust** : come già accennato , viene riconosciuta all' AGCM (Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato) una competenza decisionale esclusiva in materia , ferma la possibilità di ricorso all' Autorità Giudiziaria per la tutela dei singoli diritti e l' applicabilità delle procedure di conciliazione già esistenti .

Primo elemento : Informativa preventiva alla vendita

Vediamo ora in modo un po' più particolareggiato questi 5 elementi , cominciando dal primo , ossia dalle informazioni . E' stabilito un lungo ed articolato elenco di informazioni , alcune già previste dalla normativa previgente ed altre nuove , che devono essere necessariamente fornite al consumatore ; vale la pena di ricordarne in questa sede almeno alcune : l' **indirizzo geografico ed agli estremi** completi del venditore ; il “ **prezzo totale dei beni comprensivo delle imposte e ... tutte le spese aggiuntive di spedizione , consegna , e ogni altro costo** “ : è pertanto garantita una maggiore trasparenza nell' indicazione dei prezzi e sono vietati quelli nascosti ; esattamente il contrario - o quasi - di quanto avviene, ad esempio , negli USA , dove i prezzi indicati al momento della vendita (sia questa contestuale o a distanza) sono riportati quasi sempre netto delle tasse e degli altri oneri accessori ; “ **il costo dell' utilizzo del mezzo di comunicazione a distanza** “ ossia quello , ad esempio , telefonico , se lo stesso non è quello ordinario ; il **diritto di recesso** e le modalità per attuarlo ; l' indicazione di chi sopporta le **spese di restituzione dei prodotti nel caso di recesso** ; “ **un promemoria dell' esistenza della garanzia legale di conformità dei beni** “² e , se applicabile “ .. **l' esistenza e le condizioni dell' assistenza tecnica** “ ; “ **la funzionalità del contenuto digitale , comprese le misure applicabili di protezione tecnica** “ : se , ad esempio , il un CD acquistato contenente un corso di Spagnolo non “ gira “ su un pc dotato di sistema Windows a 64 bit , ciò deve essere specificamente indicato in via preventiva ; ancora : se un consumatore acquista un cd musicale ma non può farsene una copia privata da ascoltare in auto perché ci sono protezioni che impediscono la copia , il “ professionista dovrà necessariamente informarlo prima della vendita . Da ricordare inoltre che tutte “ **le comunicazioni e i documenti relativi ai contratti negoziati al di fuori dei locali commerciali e ai contratti a distanza ... devono contenere un riferimento ..** “ al capo I del Codice del Consumo , che ha recepito , appunto , le innovazioni introdotte dal Decreto Legislativo 24/2014 in esame .

Secondo elemento : Requisiti formali dei contratti a distanza

² Richiamo in proposito l' attenzione del lettore sul mio articolo “ Regole e orientamenti dell' Antitrust in materia di garanzia ” , che tratta anche questo specifico aspetto , pubblicato sul numero di febbraio 2014 di questa rivista , e scaricabile al seguente indirizzo : http://www.avvocatoiorio.it/public/_PIOR4_ARTICOLI-E-SAGGI-790.asp?idPulsante=790&idPP=1776&M=Y .

L' art. 50 del Dlgs. 21/2014 stabilisce che le informazioni precontrattuali ed il contratto devono essere redatti con **linguaggio semplice e comprensibile** ; inoltre , **nel caso di contratti conclusi telefonicamente** , il " professionista " che fa una proposta contrattuale deve indicare chiaramente la sua identità e quella del soggetto per cui sta telefonando , nonché lo scopo commerciale della chiamata (art. 51 n. 5) ; sempre nel caso di contratti " telefonici " inoltre , il contratto sarà concluso solo dopo (i) la sottoscrizione (anche con firma elettronica) del consumatore (art. 51 n. 6) e quindi (II) la successiva conferma " *su un mezzo durevole* " da parte del professionista entro un certo periodo di tempo " ragionevole " indicato dalla legge e con certe modalità analiticamente previste (art. 51 n. 7) ; in tutti i contratti – non solo in quelli conclusi telefonicamente - il professionista deve e garantire che , " ... *al momento di inoltrare l' ordine , il consumatore riconosca espressamente che l' ordine implica l' obbligo di pagare* " (art. 51 n. 2) ; il consumatore che **desideri godere da subito – durante i 14 gg previsti per il recesso – dell' erogazione dei servizi di un ' utenza di acqua , gas , elettricità o teleriscaldamento** , deve specificarlo espressamente , per iscritto e " *su un supporto durevole* " (art. 51 n. 8) .

Terzo elemento : Diritto di recesso nei contratti a distanza

E' riconosciuto (ma questa non è di per sé una novità) un diritto di recesso al consumatore , senza necessità che questi fornisca alcuna motivazione . **Il diritto di recesso è esteso alla aste on line** (come ad esempio e-bay) , il che costituisce invece una novità . Il diritto può essere esercitato con dichiarazione esplicita oppure utilizzando **un apposito modulo – stabilito in modo uniforme per tutta la UE** , riportato in allegato sia alla direttiva 2011/83/UE che ovviamente al D. Lgs 21/2014 , da consegnarsi al consumatore da parte del fornitore al momento della conclusione della transazione . **Il recesso va esercitato entro 14 giorni** decorrenti dalla consegna fisica del prodotto o , nel caso di servizi , dalla data di stipulazione del contratto purché preceduto da parte del fornitore (sia nel caso di acquisto di prodotto che di servizio) dalla preventiva informativa di cui ha diritto il consumatore , che abbiamo già sopra esaminato ; nel caso in cui tale informativa manchi o arrivi in ritardo , il termine per il recesso si allunga , ricorrendone le condizioni , di ulteriori 12 mesi . **In caso di recesso , il consumatore sopporta (1)** il costo diretto della restituzione dei beni , **(2)** il pagamento di un importo proporzionale all' uso della cosa o al godimento del servizio fino al momento della comunicazione legittima di recesso ed infine , eventualmente , **(3)** un indennizzo per la diminuzione di valore della cosa restituita , se imputabile a manipolazione

da lui eseguita sulla cosa stessa per finalità diversa dalle mere verifiche di funzionalità . il Professionista " *rimborsa tutti i pagamenti ricevuti del consumatore ... entro quattordici giorni dal giorno in cui è informato della decisione del consumatore* " (art. 56 n. 1) .

Diritti inderogabili riconosciuti ai consumatori nei contratti a distanza

Vale la pena di ricordare , tra i tanti , i seguenti diritti : **sono ora vietate le caselle preselezionate sul web** (ad esempio , quando si prenota un viaggio , quelle che comportano l' automatica stipulazione di una polizza assicurativa contro gli infortuni , salvo eliminazione della preselezione) ; **è vietato l' addebito al consumatore di costi accessori ulteriori rispetto a quelli effettivamente sopportati dal fornitore** : ciò vale sia nel caso di uso di carte di credito (art. 62) , sia nel caso in cui il " professionista " metta a disposizione una linea telefonica per essere contattato dagli acquirenti (art. 64) ; e comunque , anche i **costi supplementari lecitamente addebitabili possono essere addebitati al consumatore solo previo suo espresso consenso** (art. 65) .

Competenza dell' antitrust a discapito delle Camere di Commercio

Conviene sottolineare nuovamente , come già sopra accennato , un' altra importante innovazione : mentre restano in vita le procedure di mediazione tra consumatore e " Professionista " (sia quelle tradizionali che quelle , anch' esse " standard " più recenti , sulle quali non è possibile in questa sede dilungarsi) e mentre resta sempre possibile il ricorso all' autorità giudiziaria per la tutela di specifici diritti attribuiti ai singoli dalla legge , **è ora all' Autorità Garante per la Concorrenza ed il Mercato , anziché alle singole camere di commercio territorialmente competenti , che è attribuito l' incarico vigilare e di garantire anche in via preventiva il rispetto del complesso dei diritti esaminati riconosciuti ai consumatori** : infatti , l' AGCM " ... *d' ufficio o su istanza di ogni soggetto o organizzazione che ne abbia interesse , accerta le violazioni delle norme ... ne inibisce la continuazione e ne elimina gli effetti* " (art. 66) .

Avv. Maurizio Iorio

